

Sérgio Costa/Gundo Rial y Costas

Öffentlichkeit: Themen, Akteure, Strukturen

Dieser Beitrag thematisiert die Herausbildung einer politischen Öffentlichkeit in Brasilien und geht vor allem darauf ein, inwieweit und wo in diesem Land seit der Militärdiktatur eine Öffentlichkeit entstanden ist, die politischen Aushandlungen als Arena dient.

Eine kurze Skizze der brasilianischen Medienlandschaft soll zeigen, dass einerseits eine ungewöhnliche Dichte an Macht- und Informationskonzentration in Brasilien vorherrscht, die aber andererseits durch neue Ansätze im Journalismus und durch neue Handlungsspielräume mitten in diesem Mediensystem Möglichkeiten einer (relativ) freien Meinungs- und Willensbildung eröffnet. Tendenzen aus den letzten Jahren werden verdeutlichen, dass neue zivilgesellschaftliche Akteure wie die Schwarzenbewegung, die Landlosenbewegung und die Umweltschutzbewegung dazu beitragen, auch vorher eher marginalisierte Stimmen ins Zentrum der Öffentlichkeit zu rücken. Jüngste Entwicklungen im Hinblick auf die elektronische Kommunikation sollen vor Augen führen, inwieweit das Internet neue Möglichkeiten, aber auch alte Restriktionen mit sich bringt, bzw. symbolische Ordnungen von Öffentlichkeit reproduziert, die aber dann durch die neue Simultaneität und die Geschwindigkeit der Kommunikation potenziert werden können. Abschließend wird anhand eines Beispiels aus einer Telenovela aufgezeigt, wie sich unterschiedliche Formen von Öffentlichkeit häufig überlappen und welche Akteure in welchen Räumen darin involviert sind.

1. Die (Re-)Konstruktion der Öffentlichkeit in Brasilien

Die Untersuchung des Entstehungsprozesses einer politischen Öffentlichkeit in Brasilien wirft unvermeidlich methodische Fragen auf, denn Theorien zur Öffentlichkeit gehen stets von nationalen Öffentlichkeiten in Europa aus, deren spezifische Entstehungsgeschichten sich vom Entstehungsprozess der Öffentlichkeit in postkolonialen Gesellschaften wie Brasilien stark unterscheiden. Nimmt man das europäische Öffentlichkeitsmuster als Parameter für die Analyse von Entwicklungen in Brasilien, so erscheint die brasilianische Öffentlichkeit als eine verzerrte Kopie der, um mit Chakrabarty (2000) zu sprechen, "hyperrealen europäischen Öffentlichkeit".

Öffentlichkeit basiert in Brasilien auf einem spezifischen historischen und räumlichen Entstehungsprozess mit einem engen Beziehungsgeflecht an tradierten und neu konfigurierten Praktiken und symbolischen Zuschreibungen und Kategorisierungen, die häufig bis zu den ersten Kolonialisierungsversuchen der Portugiesen Anfang des 16. Jahrhunderts zurückreichen. Zum einen ist es das unwegsame, weitreichende und kontinentale Territorium Brasiliens, das seit Anfang der Kolonialzeit eine Erschließung erschwerte. Vernetzungen durch Straßen und Schienen und ab dem 20. Jahrhundert durch Telefonleitungen und Satellitenschüsseln waren – und sind teilweise immer noch – lange Zeit nur für bestimmte Teile der Bevölkerung zugänglich. Ein anderer Grund ist die im Vergleich zu vielen anderen Ländern in Lateinamerika starke Verzögerung der Etablierung von Universitäten und der Einführung des Buchdrucks mit der Folge einer späten Herausbildung des Bürgertums, wie schon Benedict Anderson im Vorwort der zweiten Auflage von *Imagined Communities* bemerkte (Anderson 1994: 14; Rial y Costas 2009a).

So findet in Brasilien im 20. Jahrhundert der direkte Übergang von einer oralen (kleinen) Öffentlichkeit zu einer durch die Massenmedien erzeugten sekundären Oralität statt, ohne dass dazu der Zwischenschritt über die intermediäre Phase einer schriftlichen und bürgerlichen Öffentlichkeit wie in Europa eine Voraussetzung war (Costa 2004: 28). Dies führte bereits zu einer Fragmentierung, noch bevor es zur Herausbildung einer strukturierten Öffentlichkeit kam, die mit einer langsam einsetzenden, dann aber flächendeckenden „medialen Modernisierung“ (Hamburger 2005: 27) verbunden war. Diese geographischen und kulturellen Faktoren, zusammen mit klientelistischen Strukturen, die das ganze nationale Territorium durchziehen, sorgten also dafür, dass die Herausbildung von Öffentlichkeit in Brasilien als ein nur langsam vonstatten gehender und erst spät einsetzender Prozess beschrieben werden muss.

Begrifflich gehen wir in diesem Beitrag von einem veränderten diskursiven Öffentlichkeitskonzept aus, das von Costa/Avritzer (2009) für die Untersuchung von Entwicklungen in Lateinamerika vorgeschlagen wurde. Wenn wir dabei zwar auch das von Habermas (1992) entwickelte Öffentlichkeitsmodell zugrunde legen, so werden doch einige Spezifika der lateinamerikanischen Öffentlichkeit besonders hervorgehoben. Öffentlichkeit wird als ein sozial nicht ortsgebundener Kommunikationszusammenhang definiert, in dem formelle und informelle Meinungs- und Willensbildungsprozesse stattfinden. Sie wird damit zu einer analytisch privilegierten Sphäre, in der zwar

Manipulationen der politischen Präferenzen und des Konsumverhaltens stattfinden, aber in der auch argumentative Kommunikationsformen ausgehandelt werden. Auf diese Weise wird politische Macht rekonfiguriert und neue soziale Akteure nehmen politische Bedeutung ein.

Vor dem Hintergrund dieser kurz skizzierten Begriffsbestimmung von Öffentlichkeit werden einige Entwicklungen im Bereich der Massenmedien und zivilgesellschaftlichen/alternativen Öffentlichkeiten untersucht, um die komplexe Vermittlung zwischen informellen und formellen Meinungs- und Willensbildungsprozessen besser (be)greifen zu können.

2. Massenmedien

Nachdem das Radio über mehrere Jahrzehnte das meist verbreitete Massenmedium war, fällt heutzutage dem Fernsehen in Brasilien die Vormachtstellung zu, über das so gut wie alle Brasilianer erreicht werden und das zum wichtigsten Medium für die Vermittlung politischer Informationen, insbesondere unter den ärmeren und weniger gebildeten Schichten, geworden ist.¹ Die Printmedien bleiben in der Regel den sozial eher privilegierten Schichten vorbehalten, was die selbst im Vergleich mit Ländern wie Mexiko oder Venezuela bescheidene Leserdichte (Anzahl der Einwohner pro Zeitungsexemplar) Brasiliens erklärt.

Im Hinblick auf die Anatomie der Medienlandschaft in Brasilien kann zuerst einmal von einer Prämisse ausgegangen werden, nach der es einige wenige sind, die viel bestimmen, kontrollieren und verwalten. Dies gilt auf den verschiedenen medialen Ebenen. Im Bereich der Printmedien werden bei den Zeitschriften etwa sieben der zehn auflagestärksten Blätter von einer einzigen Mediengruppe, der Gruppe "Abril", herausgegeben, die damit 52% des Zeitschriftenmarkts beherrscht (Editora Abril 2007). Auf dem Zeitungsmarkt ist die Machtkonzentration weniger extrem, aber mit einigen wenigen Gruppen, die fast den kompletten Markt bestimmen, durchaus ausgeprägt (Miceli 2005: 269; Costa 1997). Beim Radio sieht es etwas demokratischer aus und es herrscht eine etwas dezentralisiertere Besitzstruktur vor, die jedoch trotzdem skeptisch betrachtet werden sollte, da häufig Sendelizenzen

1 Dies spiegelt sich beispielsweise darin, dass Fernsehapparate die elektronischen Geräte sind, die am häufigsten in brasilianischen Haushalten vorhanden sind. In den meisten Regionen des Landes besitzen die Menschen eher einen Fernseher als einen Kühlschrank. So verfügten in den Jahren 2006 und 2007 94% über einen Fernseher, aber nur 90% der brasilianischen Haushalte über einen Kühlschrank und 27% über einen Computer (IBGE 2008).

auf klientelistische Weise an Alliierte der regierenden Politiker vergeben werden.

Was das Fernsehen betrifft, so besaß "TV Globo" über mehrere Jahrzehnte eine Vormachtstellung – wohl auch in Ermangelung eines starken öffentlich-rechtlichen Fernsehens² und aufgrund der besonderen hegemonialen Position dieses Senders, die auch durch die enge Verquickung mit dem Staatsapparat seit der Zeit der Militärdiktatur (Leal Filho 2004: 46) und die flächendeckende Ausstrahlung seines Programms durch assoziierte regionale Sender bedingt war. Ferner besitzt "TV Globo" mehrere Verlagshäuser und Radiostationen und gibt die auflagenstarke, eher konservativ ausgerichtete Tageszeitung *O Globo* heraus. Obwohl in den letzten Jahren durch die konkurrierenden Sender "SBT" (*Sistema Brasileiro de Televisão*), "Record" und "Bandeirantes" an Globos hegemonialer Stellung gerüttelt wurde,³ steht das Medienkonglomerat noch immer für eine besondere Machtdichte und prägt die Meinungsbildung in Brasilien deutlich.

Trotz dieser aus demokratiethoretischer Sicht ungünstigen Konstellation liegt der Beitrag der Medien zur politischen Demokratisierung Brasiliens auf der Hand. Unterschiedliche Medien unterstützten die Demokratiebewegung und forderten dadurch die Militärzensur heraus. Nach der Wiederherstellung der Pressefreiheit führte die Konkurrenz unter den Medien auch in einigen Bereichen des Fernsehens zu einer deutlichen Verbesserung des journalistischen Angebots: Die großen brasilianischen Fernsehnetze produzieren mittlerweile politische Sendungen, deren journalistische Qualität sich nicht grundlegend vom vergleichbaren Angebot in Deutschland unterscheidet.

Ein wichtiger weiterer Beitrag der Medien zur Stärkung der Demokratie in Brasilien heute hängt mit der Verbreitung eines investigativen Journalismus zusammen, der nach US-amerikanischem Vorbild eigenständige Recherchen zu brisanten politischen Themen fördert. Damit wurden zunächst die Printmedien und später auch der Hörfunk-, der Fernseh- und der Internetbereich zu aktiven Öffentlichkeitsakteuren, die Korruptionsaffären, geheime Vereinbarungen und Fälle politischen Machtmissbrauchs aufdecken

2 Öffentliche Fernsehkanäle wie "TV Brasil", "TVE" oder "TV Cultura" verfügen über eher niedrige Einschaltquoten und können bei Weitem nicht mit denen der anderen Sender konkurrieren, obwohl besonders "TV Cultura" sorgfältig recherchierten Fernsehjournalismus und anspruchsvolle Kultursendungen bietet.

3 Siehe etwa die Studie von Borelli et al. (2000) über Globo, in der die Autoren in Anspielung auf die sinkenden Zuschauerzahlen das Medienkonglomerat als "verletzte Göttin" bezeichnet.

und denunzieren. Gesellschaftlich tragen die Massenmedien zur Verbreitung und Konsolidierung innovativer Tendenzen bei. Dies wird sogar im Fall der Telenovelas deutlich, den oft eher melodramatischen Fernsehserien, die als stereotype Formate der Kulturindustrie schlechthin gelten. Lässt man jedoch die Telenovelas der letzten Jahre Revue passieren, so finden sich etwa kritische Auseinandersetzungen mit der diskursiven Repräsentation der medial häufig marginalisierten Landlosenbewegung MST (Costa 2004: 13; Hamburger 2005: 138) oder der illegalen Migration von Brasilianern in die USA (Rial y Costas 2009b; 2009c). In diesen medialen Formaten finden sich demnach Spuren und Repräsentationen⁴ der verschiedenen sozialen Akteure – selbst der marginalisierten und subalternen –, wie sie auch ein Forum zur Artikulation ihrer Positionen und Meinungen bieten. Dies wird durch die Inkorporation von realen Aussagen und Interview-Fragmenten einzelner sozialer Akteure deutlich und findet darin seine Umsetzung, dass Handlungsabläufe aufgrund von Zuschauermeinungen teilweise modifiziert werden können. Man könnte also von einer gegenseitigen Instrumentalisierung von Telenovela und Politik sprechen, in der es um das Aushandeln von und Kämpfen um symbolische Macht geht, wobei die einzelnen sozialen Akteuren durchaus miteinander im Dialog stehen.

Eine plausible Erklärung für die Tatsache, dass die brasilianischen Medien trotz der konzentrierten Besitzstruktur zu wichtigen politischen Transformationen im Lande beitragen, liefert Miceli (1989) mit seinem bekannten Dreieckmodell. Demzufolge ergeben sich die durch die Medien vermittelten Inhalte aus einem dreiseitigen Spannungsfeld, das aus folgenden drei Schenkeln besteht: der Weltanschauung der Kulturproduzenten (Autoren und Regisseure von Fernsehserien, journalistischen Beiträgen usw.), der Nachfrage des Publikums (das sich in den Einschaltquoten widerspiegelt) und den Interessen der Medieneigentümer bzw. ihrer politischen Alliierten. Danach werden die konkreten Gestaltungen der Sendungen bzw. der Berichterstattung anhand alltäglicher Verhandlungen in diesem dreiseitigen Spannungsfeld bestimmt. Es sei hier die Rolle von meistens jungen Kulturproduzenten hervorgehoben, die von den etablierten Medien oft von kleineren und alternativen Medienorganen abgeworben werden. Ihre innovativen, politisch eher progressiven Weltanschauungen, die sich in den entsprechenden Formaten und medial geführten Diskursen widerspiegeln, setzen diese Medienprodu-

4 Im doppelten von Spivak (1988: 278) beschriebenen Sinne: über jemanden zu sprechen, und/oder für jemanden zu sprechen und demnach auch politisch zu vertreten.

zenten häufig auch an ihrem neuen Arbeitsplatz und innerhalb eines eher konservativen Umfeldes durch.

Parallel zu der sozialen und kulturellen Pluralisierung der brasilianischen Gesellschaft befinden sich auch die Medien in einem Ausdifferenzierungsprozess, bei dem jedoch die unterschiedlichen Publikumssegmente mit ihren spezifischen Interessen immer stärker berücksichtigt werden. Nicht nur wirtschaftliche Interessen bedingen diese gesellschaftliche Öffnung der Medien, auch andere Faktoren spielen hier eine Rolle. Neben der erwähnten Personalrekrutierung aus alternativen Milieus führt eine starke Vernetzung auf dem globalen Nachrichtenmarkt zu einem intensiven transnationalen "intermedia agenda setting", sodass global bekannt gewordene Akteure (Frauen, Umweltschützer, neue ethnische Bewegungen usw.) indirekt zu einer stärkeren Medienpräsenz ihrer lokalen und nationalen Pendants beitragen.

3. Alternative Öffentlichkeiten

Die von den etablierten Massenmedien hergestellten alternativen Öffentlichkeiten bildeten sich zunächst unter der Militärdiktatur, gegen die Zensur der Presse und die Einschränkung der Informationszirkulation. Diese alternativen Öffentlichkeiten formierten sich im Raum der jeweiligen Wohnorte, auf der Ebene von Vereinen, aber auch im Rahmen der sogenannten alternativen Presse, vor allem regimekritischer Wochenzeitungen. Nach der Demokratisierung und Lockerung der Zensur konnte die alternative Presse der Konkurrenz mit den etablierten Zeitungen nicht standhalten und die alternative oder Gegenöffentlichkeit nahm damit andere Erscheinungsformen an. Es entwickeln sich unterschiedliche Mechanismen der öffentlichen Kommunikation, die an der Schnittstelle von Kultur und Politik Themen und Inhalte abdecken, die von den etablierten Medien oder konventionellen politischen Kanälen sonst eher nicht berücksichtigt werden. Als besonders relevant für die neueren Transformationen der brasilianischen Öffentlichkeit können in Anlehnung an Costa/Avritzer (2009) folgende Entwicklungen hervorgehoben werden:

- Die Entstehung von *new publics*: hierunter werden neue subkulturelle Öffentlichkeiten verstanden, die die neu (wieder)entdeckte ethnische und kulturelle Vielfalt Brasiliens sowie die Pluralisierung der Lebensentwürfe zum Ausdruck bringen. Als Paradebeispiel für die *new publics* gilt das in den letzten Jahren fulminant gewachsene *Movimento GLBT* (Bewegung von Gays, Lesben, Bisexuellen und *Trangender*), das mehrere Zeit-

schriften und Websites veröffentlicht, aber auch jährliche Paraden landesweit organisiert wie die Parade in São Paulo, auf der sich bis zu 3,5 Mio. Menschen versammeln (*Folha de S. Paulo*, 25.05.2008).

- Die Verbreitung von *subaltern counterpublics* (Fraser 1993): Hier handelt es sich um neue Öffentlichkeitsformen, die von historisch öffentlich eher nicht wahrgenommenen Gruppen wie den Landlosen- oder Obdachlosenbewegungen entwickelt werden. Dazu zählen Zeitungen dieser Bewegungen, Websites, Diskussionsplattformen im Internet, aber auch Videonachrichten, die online gestellt werden.
- Die Entstehung von *diasporic publics*: In Anlehnung an Gilroy (1993) werden hierunter politische Ausdrucksformen verstanden, die die Grenzen einer nationalen Öffentlichkeit infrage stellen und erweitern. Es handelt sich dabei um Migranten und ethnische Minderheiten, aber auch um Teile der schwarzen brasilianischen Bevölkerung, die Verbindungen zum imaginierten Raum des *Black Atlantic* suchen. In diesem Zusammenhang wurden mehrere kulturelle und politische Manifeste formuliert, die rassistische Praktiken denunzieren und neue ästhetische Muster im Bereich der Kunst, der Mode oder der Körperinszenierung (Haar-Styling, Tanzstile usw.) entwarfen (Costa 2007).
- Die Bedeutung der *deliberative* oder *participatory publics*: Wie von Avritzer (2002) gezeigt, stellen neue Formen der politischen Partizipation (Bürgerräte, partizipative Haushaltsverwaltungen usw.) in Brasilien eine grundlegende Möglichkeit dar, über die Belange der Zivilgesellschaft auf die Entscheidungsinstanzen des Staates Einfluss zu nehmen. In einem Kontext, in dem die politischen Parteien ihrer Rolle als Vermittler zwischen Zivilgesellschaft und Staat nicht immer nachkommen, nehmen diese Partizipationsmöglichkeiten eine besondere politische Bedeutung an (siehe auch den Beitrag von Frey in diesem Band).

Zusammen mit der Verbreitung alternativer Öffentlichkeiten sind die rasanten Entwicklungen im Bereich der Informationstechnologie hervorzuheben, vor allem die ständig und stetig steigende Zahl der Internetnutzer. Nach einer Statistik des Brasilianischen Instituts für öffentliche Meinung (IBOPE 2009) verfügt Brasilien im beruflichen oder privaten Bereich über mehr als 44 Mio. Internet-User, wovon 35 Millionen aktive User sind. Im Mai 2009 war es sogar weltweit das Land mit der längsten Brutto-Internetnutzungszeit pro Tag (durchschnittlich 40 Minuten/Tag), wobei aber von der im internationalen Vergleich immer noch eher begrenzten Zahl von Nutzern ausgegangen wurde.

Allen Internetnutzern zugängliche Webtagebücher (*Blogs*) und *Instant-messenger*,⁵ die die synchrone Kommunikation am Computer mit mehreren Nutzern gleichzeitig erlauben (das sogenannte “Chatten”, insbesondere MSN von “Hotmail”, aber auch “Orkut Messenger”, “Yahoo Messenger” und Programme anderer Anbieter) eröffnen neue Möglichkeiten des simultanen und beschleunigten Austauschs von Informationen, von Vernetzungen und von Wegen, über die zum Beispiel Jugendliche sich “Gehör verschaffen können” (Menezes/Ribeiro 2009). Vor allem aber führt in Brasilien der – abgesehen von Indien – weltweit einzigartige Boom von “Orkut”,⁶ einem Internet-Anbieter, der einen Service von Kontaktseiten für *social networking* zur Verfügung stellt, an dem die Nutzer ein eigenes virtuelles Profil kreieren können, zu einer neuen Dimension des Kontakts und des Austauschs von Informationen. Auf diese Weise vernetzen sich insbesondere junge Leute in ganz Brasilien und benutzen dieses Medium u.a., um Kontakte zu knüpfen und Freundschaften zu pflegen. Darüber hinaus bietet es durch sogenannte “Community-Seiten” Gleichgesinnten auch die Möglichkeit, sich auf vielen Ebenen gleichzeitig austauschen zu können. Dies kann im Fall von eher trivialen Dingen wie Musik oder Hobbys, aber auch im Fall von politisch motivierten Zusammenschlüssen von Minderheitengruppen oder von sozialen Bewegungen stattfinden.

Trotz der steigenden Zahl der Internetanschlüsse in Brasilien und trotz der vielseitigen Vernetzungsmöglichkeiten sollte allerdings bedacht werden, dass das *World Wide Web* die gegebenen Formen von ökonomischem und kulturellem Kapital widerspiegelt und es so zuerst von den finanziellen Ressourcen abhängt, ob der Zugang zum Internet möglich ist (Hoffmann 2004: 101). Daher unterliegen die diesbezüglichen Zahlen je nach Region und sozialer Herkunft zum Teil starken Schwankungen und geben so im Großen und Ganzen das bestehende Süd-Nord-Gefälle in Brasilien wieder.

Weiter ist das Bildungsniveau der Nutzer von besonderer Relevanz, denn es bedarf gewisser Kenntnisse, um die verschiedenen Funktionen der Internetnavigation zu verstehen und anwenden zu können. Hinzu kommt, dass oft Fortgeschrittenen- oder zumindest Basiskenntnisse in Englisch verlangt wer-

5 Dabei scheint ein Wandel im Kommunikationsverhalten von jungen Leuten in Brasilien offensichtlich zu werden, da mittlerweile häufig der erste Kontakt über “Messenger” und nicht mehr über den Austausch der Telefonnummer erfolgt (Rampazzo 2005: C5).

6 Obwohl die *social network*-Seiten von “Myspace” und vor allem “Facebook” ihren Anteil zwischen 2008 und 2009 drastisch erhöht haben. So verfügt “Orkut” über mehr als zehnmal so viele Nutzer wie “Facebook”, bei einer Verteilung von mehr als 13 Mio. Nutzern gegenüber 1,2 Millionen (Zahlen vom September 2009, nach Facebook 2009).

den,⁷ über die die Mehrzahl der in öffentlichen Schulen sozialisierten Brasilianer nicht verfügt. Studien, etwa in *Favelas* in Rio de Janeiro, haben gezeigt, wie durch die Etablierung von “Estações Futuras”, von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) geführten, meist kostenfreien Internetcafés (Sorj 2005: 8), eine gewisse Vernetzung sowie ein Sichtbarmachen (etwa durch das Zirkulieren von in *favelas* gedrehten Videoclips) auch der eher ärmeren Bevölkerungsschichten möglich ist.⁸ Es bleibt jedoch festzuhalten, dass ein repräsentativ gleichwertiger Zugang zum Internet, der die große *digital divide* überbrückt, immer noch in weiter Ferne ist.

Darüber hinaus gilt es festzustellen, dass das Internet die bestehenden symbolischen Strukturen der brasilianischen Gesellschaft widerspiegelt. Diskriminierungen und Rassismus werden über dieses Medium auf eine neue Art und Weise reproduziert und verbreitet. So ist bereits eine Vielzahl von Fällen aufgetreten, in denen beispielsweise “Orkut”-Benutzer im Netz diffamiert wurden. Stellvertretend soll hier die Diffamierung einer schwarzen brasilianischen Hausangestellten ohne Schulabschluss, Sonia, genannt werden. Sonia wurde von den jugendlichen Kindern ihres Arbeitgebers mehrfach gefilmt und lächerlich gemacht, indem man sie englische Wörter oder sie erniedrigende Sätze nachsprechen ließ und dann ohne deren Wissen die Videos auf “Youtube” stellte. Im Anschluss daran wurden eigene *Communities* auf “Orkut” gegründet, um diese Diffamierungen auf nationaler Ebene zu verbreiten und sich durch meist beschämende und rassistische Kommentare an dieser “medialen Hetze” zu beteiligen (Tessarotto 2009).

4. Schlussfolgerung

Als Schlusswort und um zu zeigen, inwieweit sich die unterschiedlichen von uns skizzierten Bereiche der Öffentlichkeit häufig überlappen und auf welche komplexe Weise sie miteinander verknüpft sind, soll auf ein Beispiel aus einer erfolgreichen brasilianischen Telenovela, “Mulheres Apaixonadas”, die 2003 von “Rede Globo” ausgestrahlt wurde, verwiesen werden.

7 So sind 72% der Internetseiten weltweit auf Englisch und nur 2% auf Portugiesisch (Prado et al. 2005: 110).

8 Wie effektiv der Zugang zum Internet über Internetcafés und andere öffentliche Möglichkeiten in Brasilien ist, zeigt der Vergleich zwischen Internetnutzung und dem Besitz von einem eigenen Internetanschluss: Während 20% der brasilianischen Haushalte im Jahr 2009 über einen eigenen Internetzugang verfügten, erklärten 38% der Bevölkerung, das Internet zu nutzen. Bei 58% der *User* erfolgte die Nutzung vom Internet durch einen öffentlichen Zugang (Internetcafés oder ähnliche Einrichtungen) (CETIC 2009).

Für “Mulheres Apaixonadas” wurde von den Produzenten eine Anti-Gewalt Demonstration mit verschiedenen NGOs veranstaltet, um so die Bilder in das Handlungsgeschehen der Telenovela einflechten zu können. Sowohl einige Staatsminister als auch mehrere Abgeordnete nahmen an der Demonstration teil und wurden von “TV Globo” gefilmt und interviewt. In der daraufhin ausgestrahlten Folge erschienen allerdings nur die Bilder der Demonstration – ohne die Interviews mit den Politikern oder anderen Beteiligten. Die Interviews mit den Politikern wurden von der Nachrichtensendung ausgestrahlt, im Rahmen der Telenovela zeigte man nur die Interviews mit den Polizisten (Hamburger 2003).

Dieses Beispiel verdeutlicht, wie ein Massenmedium, hier “TV Globo”, als Vertretung der Produzenten von “Mulheres Apaixonadas”, das zivilgesellschaftliche und kritische Potential der Bevölkerung durch das performativ inszenierte⁹ Ereignis ausnutzte und hierfür einen Akteur der alternativen Öffentlichkeit, die NGOs, instrumentalisierte. Doch dieses ist ein komplexer Prozess und nicht nur eine einseitige und hierarchisch von oben erfolgte Entscheidung, denn die NGOs erreichten durch diese Aktion die erwünschte mediale Repräsentation und die Heraushebung des von ihnen propagierten Themas (“Für ein gewaltfreies Rio de Janeiro”) aus dem privaten Raum ins Zentrum der öffentlichen Meinung. Gleichzeitig fand jedoch auch eine Selektion vonseiten des Fernsehsenders statt, der die Interviews mit den Politikern nicht ausstrahlte, die Gespräche mit den Polizisten dagegen schon.

Die Überlappungen und komplexen Verknüpfungen in Verbindung mit dem Kampf um bzw. der Produktion von Öffentlichkeit wurden am Beispiel der Telenovela sehr deutlich. Es muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass sie in einem nächsten, durchaus ähnlichen Fall in einer komplett neuen Konfiguration stattfinden können. Denn die durch die Medien vermittelten Inhalte ergeben sich, wie es im oben dargestellten Ansatz von Miceli beschrieben wurde, aus immer neu ausgehandelten Kompromissen zwischen Publikum, Medienmachern und Medieneigentümern.

9 Weil es weit mehr als nur eine Inszenierung war, denn es kam zu einer aktiven Partizipation der Bevölkerung von Rio de Janeiro und die Demonstration wurde als mediales Ereignis gefeiert.

Literaturverzeichnis

- Anderson, Benedict ([1983] 1994): *Imagined Communities*. London: Verso.
- Avritzer, Leonardo (2002): *Democracy and Public Space in Latin America*. Princeton: Princeton University Press.
- Borelli, Silvia et al. (2000): *A Deusa Ferida*. São Paulo: Summus.
- CETIC (2009): “Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil”. In: <<http://www.cetic.br/usuarios/tic/2008-total-brasil/index.htm>> (12.10.2009).
- Chakrabarty, Dipesh (2000): *Provincializing Europe: Postcolonial Thought and Historical Difference*. Princeton: Princeton University Press.
- Costa, Sérgio (1997): *Dimensionen der Demokratisierung. Öffentlichkeit, Zivilgesellschaft und lokale Partizipation in Brasilien*. Frankfurt am Main: Vervuert.
- (2004): “Der Kampf um Öffentlichkeit: Begriffe, Akteure, politische Dynamiken”. In: Gabbert, Karin et al. (Hrsg.): *Medien und ihre Mittel* (Jahrbuch Lateinamerika. Analysen und Berichte, 28). Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 14-34.
- (2007): Ein Ort für den schwarzen Körper: Antirassismus in Brasilien. In: Diehl, Paula/Koch, Gertrud (Hrsg.): *Der Körper als Medium. Inszenierungen der Politik*. München: Fink, S. 141-160.
- Costa, Sérgio/Avritzer, Leonardo (2009): “Teoría, Crítica, Esfera Pública y Democracia: Concepciones y Usos en América Latina”. In: Braig, Marianne/Huffschmid, Anne (Hrsg.): *Los Poderes de lo Público. Debates, Espacios y Actores en América Latina*. Madrid: Iberoamericana/Frankfurt am Main: Vervuert, S. 27-52.
- Editora Abril (2007): “Abril faz parte de sua vida”. In: <http://www.solucoesabril.com.br/pdf/apres_institucional.pdf> (18.10.2009).
- Facebook (2009): <<http://www.insidefacebook.com>> (10.10.2009).
- Fraser, Nancy (1993): “Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy”. In: Calhoun, Craig (Hrsg.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press, S. 109-142.
- Gilroy, Paul (1993): *The Black Atlantic*. London: Verso.
- Habermas, Jürgen (1992): *Faktizität und Geltung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hamburger, Esther (2003): “Noticiários invadem a teledramaturgia”. In: *Folha de S. Paulo*, 17.09.2003.
- (2005): *O Brasil Antenado. A Sociedade da Novela*. São Paulo: Jorge Zahar.
- Hoffmann, Bert (2004): “Zwischen Exklusion und Demokratisierung: Internet und Öffentlichkeit in Lateinamerika”. In: Gabbert, Karin et al. (Hrsg.): *Medien und ihre Mittel* (Jahrbuch Lateinamerika. Analysen und Berichte, 28). Münster: Westfälisches Dampfboot, S. 106-124.
- Leal Filho, Lurindo (2004): “Quarenta Anos depois, a TV Brasileira ainda guarda Marcas da Ditadura”. In: *Revista USP*, 61, S. 40-47.
- IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) (2008): “Domicílios particulares permanentes, por existência de alguns bens duráveis”. In: <<http://www.ibge.com.br>> (09.10.2009).
- IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) (2009): “Almanaque Ibope”. In: <http://www.almanaqueibope.com.br/asp/busca_resultado.asp> (07.10.2009).

- Menezes, Isabel/Ribeiro, Ana Bela (2009): “Os Jovens e a Internet: Novos Meios de Participação Cívica e Política”. In: *X Congresso Luso-Afro-Brasileiro. Sociedades Desiguais e Paradigmas em Confronto. Livro de Resumos*. Braga: Universidade do Minho, S. 235.
- Miceli, Sérgio (1989): *O Papel dos Meios de Comunicação de Massa no Brasil*. São Paulo: Textos IDESP, Nr. 30.
- (2005): *A noite da madrinha e outros ensaios sobre o éter nacional*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Prado, Daniel et al. (2005): *Linguistic Diversity on the Internet*. Paris: UNESCO.
- Rampazzo, Fabiano (2005): “No MSN, a Continuação da Balada”. In: *O Estado de São Paulo*, 13.11.2005.
- Rial y Costas, Gundo (2009a): “Zur medialen Neuverortung von nationalen Symbolen in den Amerikas”. In: Ebert, Anne et al. (Hrsg.): *Differenz und Herrschaft in den Amerikas. Repräsentationen des Anderen in Geschichte und Gegenwart*. Bielefeld: Transcript, S. 159-170.
- (2009b): “Revisiting Spivak: Does the Subaltern Speak In and Through Telenovelas?”. In: Eckhard, Petra et al.: *Relocating Key Concepts of (Post)modernity*. Münster: LitVerlag. Im Druck.
- (2009c): “The Trans/Migrant in the Spotlight. Space and Movement in Brazilian Telenovelas”. In: Kardux, Johana et al.: *Performing Migration in Literature, Music and Film*. New York: Routledge. Im Druck.
- Spivak, Gayatri (1988): “Can the Subaltern Speak”. In: Nelson, Cary (Hrsg.): *Marxism and the Interpretation of Culture*. Urbana: University of Illinois Press, S. 271-313.
- Sorj, Bernardo (2005): *Internet na Favela*. Rio de Janeiro: Gramma.
- Tessarotto, Marco Antonio O. (2009): “O Velho no Novo: os Novos Instrumentos Tecnológicos e a Violência Simbólica entre Estabelecidos e Outsiders”. In: *X Congresso Luso-Afro-Brasileiro. Sociedades Desiguais e Paradigmas em Confronto. Livro de Resumos*. Braga: Universidade do Minho, S. 67.